

INFORME DE PRÁCTICAS PROFESIONALES CENCOSUD COLOMBIA SA 2019-2

Mejora implementación de herramientas de Business Intelligence dentro del área comercial de Shopping Centers de Cencosud Colombia.

Laura Viviana Chaves Sierra

Facultad de Negocios Internacionales.

Universidad Santo Tomás.

2019-2

INFORME DE PRÁCTICAS PROFESIONALES CENCOSUD COLOMBIA SA 2019-2

**Mejora e implementación de herramientas de Business Intelligence dentro del área
comercial de Shopping Centers de Cencosud Colombia.**

Laura Viviana Chaves Sierra

Practicante comercial de Shopping Centers

Tutor: Miguel Alba.

Facultad de Negocios Internacionales.

X Semestre

Universidad Santo Tomás.

2019-2

RESUMEN.

Cencosud es una empresa multinacional con presencia en 5 países suramericanos: Chile, Perú, Argentina, Brasil y Colombia, operando en ésta bajo la razón social de Cencosud Colombia S.A. La compañía cuenta con diferentes líneas de negocio dentro de las que se destacan los centros comerciales y el retail, el cual constituye la actividad económica principal que desarrollan en el país. La práctica profesional fue desarrollada en el área comercial del departamento de Shopping Centers, cuyo objetivo es la comercialización de espacios trascaja, los cuales se encuentran en las tiendas Jumbo, Metro o Easy en toda Colombia.

El presente trabajo pretende poner en evidencia una de las contribuciones realizadas en el desarrollo de la práctica, con la cual se busca mejorar el flujo de la información manejada dentro del equipo comercial del área de Shopping Centers, mediante la mejora de una de las herramienta de Business Intelligence con las que cuenta el equipo comercial, de tal forma que se facilite la toma de decisiones y el seguimiento que se realiza a cada uno de los clientes, esto gracias al contacto tanto con los procesos internos, como con los clientes que requieren de respuestas oportuna, durante la práctica profesional.

Palabras Clave: Business Intelligence, información, toma de decisiones.

AGRADECIMIENTOS.

Mi más grande gratitud es para todas aquellas personas que me apoyaron e impulsaron durante mi paso por la Universidad, y fueron testigos del esfuerzo y dedicación que puse semestre a semestre para hoy tener la satisfacción de cumplir una meta más.

Agradezco a la Universidad Santo Tomás y todos los profesores que tuve la fortuna de conocer allí, por todos los conocimientos brindados que me ayudaron a crecer, no solo como profesional, sino también como persona. A mis amigos y compañeros por todas las horas compartidas en las aulas y fuera de ellas, ya que son momentos que me llenan de inmensa alegría.

Finalmente, agradezco a Cencosud Colombia y a todas las personas que forman parte del equipo de Shopping Centers por brindarme la oportunidad de tener un primer acercamiento al mundo laboral, el cual me aportó un gran crecimiento y me ayudó a entender mejor mi labor como profesional.

INTRODUCCIÓN

Los profesionales en Negocios Internacionales poseen una gran cantidad de conocimientos en diferentes áreas de las ciencias económicas y administrativas, que van desde el mercadeo hasta la economía y se pueden poner en práctica en diferentes sectores.

A partir de ello, la propuesta generada en el presente trabajo busca mejorar el flujo de información dentro del área comercial, por medio de la automatización con herramientas de Business Intelligence, con el fin de tener datos de utilidad para llevar un seguimiento adecuado a los clientes, facilitar las negociaciones dentro de los equipos comerciales y reducir el tiempo invertido en la elaboración de informes de cierre comercial.

ÍNDICE

RESUMEN	3
AGRADECIMIENTOS	4
INTRODUCCIÓN	5
1. LA EMPRESA	7
1.1 Aspectos Generales:	7
1.1.1 Misión, Visión y Valores:.....	7
1.1.2 Ubicación Geográfica:.....	8
1.1.3 Estructura organizativa:.....	8
1.1.4 Unidad o departamento en el que se desarrolla la práctica:.....	9
2. PLANTEAMIENTO DEL PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES	10
2.1. Planteamiento central	10
2.2. Importancia, limitaciones y alcances	11
2.3. Objetivo General	12
2.3.1. Objetivos específicos.....	12
3. CONTENIDO DEL PLAN DE MEJORA	12
3.1. Propuesta de mejora	12
3.2. Conclusiones	13
3.3. Bibliografía	14
3.4. Anexos	15
▪ Anexo 1: Cuadro original de Vigencia al inicio de la práctica:	15
▪ Anexo 2: Vista y funcionamiento de <i>Vigencia</i>	17
▪ Anexo 3: Estrategias con base en Matriz DOFA	22
▪ Anexo 4: Resultados	22
4. SEGUIMIENTO PRÁCTICA PROFESIONAL	23
4.1. Actividades realizadas durante la práctica	24
4.1.1. Cumplimiento de Objetivos.....	24

1. LA EMPRESA

1.1 Aspectos Generales:

1.1.1 Misión, Visión y Valores:

Misión:

“Brindar la mejor calidad, servicio y variedad de productos, siendo la mejor opción de compra para los clientes al adelantarse a las necesidades e innovar en el servicio para que nos elijan día a día” (Cencosud, Cencosud: Nuestra empresa, 2019)

Visión:

“Llegar a ser el retailer más rentable y prestigioso de América Latina, con base en nuestra excelencia en nuestra calidad en el servicio, el respeto a las comunidades con las que convivimos y el compromiso de nuestro equipo de colaboradores.” (Cencosud, Cencosud: Nuestra empresa, 2019)

Valores:

La compañía se rige bajo los principios y valores establecidos por su fundador y presidente Horst Paulmann en el código de ética corporativo, los cuales son una guía para los colaboradores de todos los países en los que Cencosud tiene presencia. Estos son:

Valor por el cliente: Compromiso para entregar la mejor experiencia en servicio y calidad que son relevantes para nuestros clientes. (Cencosud, Cencosud: Nuestra empresa, 2019)

Compromiso con los colaboradores: *“Cencosud apuesta por la promoción interna de sus colaboradores para posibilitar su propio desarrollo humano y profesional y prepararse para asumir posiciones de mayor responsabilidad y jerarquía en los diferentes países en que operamos.”* (Cencosud, Cencosud: Nuestra empresa, 2019)

Diversidad: Valoramos la diversidad que aportan las personas de diferentes culturas, etnias, estilos de vida y creencias personales. (Cencosud, Cencosud: Nuestra empresa, 2019)

Respeto por la cultura local: Valoramos el respeto por la cultura, costumbres y “saber hacer” de cada uno de los países, marcas y regiones en que operamos. (Cencosud, Cencosud: Nuestra empresa, 2019)

Emprendimiento: “*Nuestra vocación es crecer, compitiendo en forma legítima y ética, creando oportunidades para nuestros colaboradores, calidad y servicio para nuestros clientes y una retribución justa para nuestros accionistas.*” (Cencosud, Cencosud: Nuestra empresa, 2019)

1.1.2 Ubicación Geográfica:

Cencosud tiene presencia a nivel regional en Chile, que es su casa matriz, Perú, Argentina, Brasil y Colombia. Opera con diferentes líneas de negocio en estas ubicaciones, las cuales son supermercados, mejoramiento del hogar, tiendas por departamentos, shopping center, retail financiero e inmobiliario. En cada uno de los países operan con diferentes líneas de negocio, como se ilustra en el Gráfico 1.

	CHILE	ARGENTINA	PERÚ	COLOMBIA	BRASIL
SUPERMERCADOS	249	284	93	98	201
MEJORAMIENTO DEL HOGAR	36	51		10	
TIENDAS POR DEPARTAMENTOS	81		11		
CENTROS COMERCIALES	33	22	4	2	
SERVICIOS FINANCIEROS	Puntos + Tarjeta	Puntos	Puntos + Tarjeta	Puntos + Tarjeta	Puntos + Tarjeta

Gráfico 1: Líneas de Negocio por país. Elaboración propia con base en (Cencosud, Memoria Anual, 2018)

1.1.3. Estructura organizativa:

El organigrama de la empresa es de tipo vertical, donde la dirección general para toda la región se hace directamente desde Chile, en cabeza de Horst Paulmann. En cada uno de los países se mantiene esta estructura, donde los jefes de cada área responden a los directivos. La práctica profesional se realiza en el área comercial del departamento de Shopping Centers de Cencosud Colombia S.A, en la cual se tiene en cuenta la comercialización de espacios para diferentes marcas dentro de las tiendas Cencosud, con énfasis en la negociación con clientes nuevos y antiguos, contacto constante con los mismos y cumplimiento de las metas del área, teniendo la ubicación mostrada en el Gráfico 2 dentro de la misma.

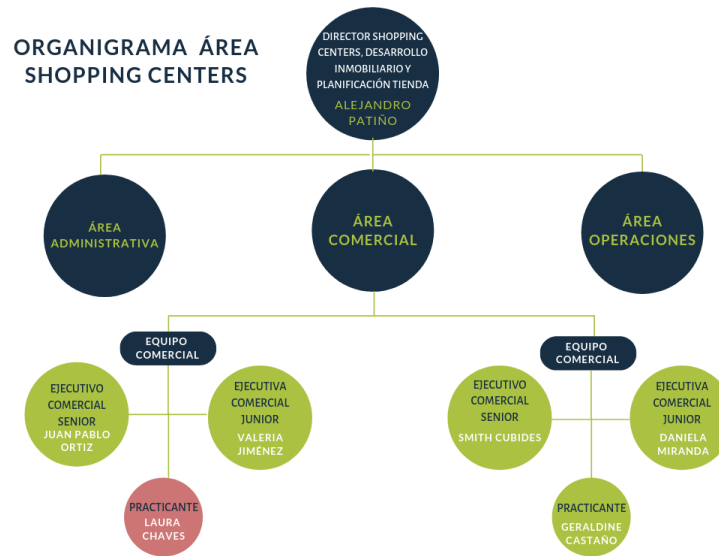


Gráfico 2: Organigrama área Shopping Centers Cencosud Colombia. Fuente: Elaboración propia.

1.1.4. Unidad o departamento en el que se desarrolla la práctica:

La práctica profesional fue desarrollada en el departamento de Shopping Centers, el cual, de manera general, se encarga de todos los procesos relacionados con los locales comerciales que se encuentran en los espacios de las tiendas y Estaciones de Servicio Cencosud, así como los que son propiedad de la empresa y están en los Centros Comerciales dentro de los que ésta tiene participación, los cuales son: Santa Ana en Bogotá, Premier el Limonar en Cali y Americano en Barranquilla. Este departamento está dividido en 3 áreas:

- Administrativa: Se encarga de toda la gestión documental relacionada con la emisión y firma de contratos de concesión, procesos con aseguradora, creación de clientes, procesos legales con abogado externo, entre otros.
- Operaciones: Se encarga de la parte operativa de los locales comerciales, es decir, elaboración de planos, coordinación de entregas de espacios a los clientes, aprobación de modificaciones que se realizan a los locales, entre otras funciones relacionadas con el funcionamiento y estética de los espacios.
- Comercial: Se encarga de la comercialización de los espacios disponibles y el seguimiento a los clientes para renovaciones de los contratos ya existentes. Es el área que tiene contacto directo con el cliente para todos los temas de negociación comercial.

1.1.4.1. Análisis DOFA:



Gráfico 3: Matriz DOFA área Shopping Centers Cencosud Colombia. Fuente: Elaboración propia, basada en (Shapiro, 2019)

2. PLANTEAMIENTO DEL PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

2.1. Planteamiento central

Los flujos de información son de vital importancia dentro de las organizaciones, teniendo en cuenta que gracias a esto son más competitivas, ya que cada vez más es necesario el buen manejo de los datos para tomar mejores decisiones (Cano, 2013). Dentro del área comercial de Shopping Centers en Cencosud es importante tener en cuenta la información que se tiene sobre los procesos con los clientes, como el estado de los procedimientos internos para lograr un efectivo desarrollo de todas las actividades.

Teniendo en cuenta que hay una gran cantidad de procesos en los que intervienen diferentes áreas, además de un gran volumen de clientes, tanto antiguos como nuevos, se hace necesario

llevar un control de toda esta información con el fin de agilizar y facilitar procesos, así como aumentar la competitividad, todo esto, mediante el uso de Microsoft Excel, el cual está consolidada como la herramienta más efectiva en las empresas, con la cual se puede presentar y manejar la información de manera sencilla y comprensible (Rocha Velandia & Echavarría Suarez, 2019).

Adicionalmente, en Cencosud, al ser una empresa con presencia internacional, es necesario realizar informes con respecto a la gestión que se está realizando en cada una de las áreas de la empresa, con el fin de establecer el desempeño de los 5 países en los que opera. Es por ello que se hace fundamental el tratamiento adecuado de la información, con el fin de reflejar los resultados a la casa matriz en Chile. Frente a esto, actualmente se presenta una problemática en el área de Shopping Centers con el tiempo que se requiere para cruzar la información de los cierres mensuales y de provisión con el área de Control Gestión, ya que es un proceso manual en el que se verifican uno a uno los clientes y los datos de cada uno de ellos. Esto impacta directamente en la productividad, que se define como *“el uso eficaz de la innovación y los recursos para aumentar la competitividad”* (Organización Internacional del Trabajo , 2016) , ya que quienes se encargan de estas labores dedican tiempo que podrían emplear en otra actividad en la revisión manual de los datos presentados.

2.2. Importancia, limitaciones y alcances

Importancia: La herramienta propuesta como solución al problema central es relevante teniendo en cuenta la dinámica en el flujo de información que se maneja en las organizaciones actualmente, ya que al tener la capacidad de procesar datos de diferentes fuentes, es posible convertirla en una ventaja competitiva que busca mejorar las relaciones con los clientes, así como facilitar el trabajo de las personas que pertenecen al área.

Limitaciones: A pesar de ser una herramienta que busca, de alguna manera, automatizar la síntesis de información, es necesaria una actualización periódica por parte de quienes la utilizan, por lo que se podrían generar vacíos en los datos presentados en el momento que algún miembro del equipo no suministre información.

Alcance: Esta herramienta lograría mejorar los tiempos de respuesta del área comercial, al tener un seguimiento claro y actualizado, evitando reprocesos con el área administrativa y

malos entendidos con los clientes, logrando también un avance significativo en los resultados del departamento en general.

2.3. Objetivo General

Generar una herramienta de Business Intelligence útil y efectiva que permita a los ejecutivos comerciales del área de Shopping Centers de Cencosud Colombia tener conocimiento actualizado sobre los contratos y toda la información útil relacionada con cada uno de los clientes.

2.3.1. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de la manera como se realiza el seguimiento al proceso comercial de las renovaciones de contrato de clientes actuales.
- Re-estructurar la herramienta de seguimiento a renovaciones de contratos (vigencia) con la que cuenta actualmente el área comercial de Shopping Centers.
- Dinamizar el desarrollo de los cruces de información necesaria, proveniente de diferentes áreas de interés como la administrativa o Control Gestión.

3. CONTENIDO DEL PLAN DE MEJORA

3.1. Propuesta de mejora

Con base en el problema planteado, se propone re-estructurar la herramienta existente de tal manera que sea más fácil de manejar a la hora de realizar los informes comerciales y de provisión, agregando datos de utilidad para las personas involucradas en el proceso, al tiempo que se presenta la información comercial que permite a los ejecutivos estar al tanto de las renovaciones de los contratos actuales.

Esta herramienta en Excel usa diferentes funciones, es decir, *“fórmulas predefinidas por Excel que operan sobre uno o más valores en un orden determinado”* (ELM Formación, 2017), las cuales permiten organizar todos los datos para convertirlos en información útil con respecto a cada uno de los locatarios a nivel nacional. Así mismo, se usa otro recurso de Microsoft Excel, el formato condicional, el cual brinda información gráfica adicional para los datos que se encuentran en determinadas celdas (Tecnología e informática CJI, 2013), permitiendo la visualización de la información de forma práctica.

En primera instancia, cuenta con 1 hoja principal y 2 auxiliares que presentan la información de la siguiente manera:

- *Vigencia*: En esta hoja se encuentra el resumen completo de todos los contratos que se deben renovar en ese periodo, con la información necesaria para facilitar la elaboración de informes y consolidados de cierre mensual. (Ver anexo 2)
- *NIT clientes*: En este cuadro se relacionan los clientes, la tienda y el documento comercial con el cual se elabora el contrato.
- *Unidades económicas*: En este cuadro se encuentra el nombre y código de la unidad económica como aparece en el sistema SAP-FICO.

3.2. Conclusiones

- Los flujos de información son de vital importancia en las organizaciones, por lo que es necesario sacar provecho de las herramientas tecnológicas con las que se cuenta en la actualidad para mejorar los procesos.
- En la práctica profesional realizada en el área comercial del departamento Shopping Centers de Cencosud Colombia fue posible tener un acercamiento enriquecedor al mundo empresarial, al tener contacto con empresas grandes y pequeñas, logrando entender los factores que influyen en las negociaciones y las dinámicas de las mismas.
- Las actividades realizadas durante la práctica promovieron el aprendizaje en aspectos propios del desarrollo de la profesión en Negocios Internacionales, como es el caso del funcionamiento y dinámicas de negocio en las empresas multinacionales, así como la importancia del negocio inmobiliario en las operaciones comerciales, tanto tradicionales como digitales, ya que es gracias a éste que las marcas se establecen en las ubicaciones más convenientes para su público y cumplen sus metas y objetivos.
- Así mismo, la práctica promovió el conocimiento de aspectos propios del negocio inmobiliario, que a pesar de no estar directamente relacionados con la profesión, es necesario entender para desarrollo de la actividad comercial, ya que éstos influyen en las negociaciones, como lo son términos arquitectónicos y contractuales. Esto permitió ver los Negocios Internacionales como una profesión holística en la que existe la oportunidad de desempeñarse en diferentes áreas y estar en constante aprendizaje.

- El departamento de Shopping Centers de Cencosud Colombia tiene un gran potencial de crecimiento gracias a los proyectos que se están llevando a cabo, sin embargo, es necesario mejorar la comunicación interna entre las áreas (administrativa, comercial y operaciones) para dar respuesta a los clientes de manera más efectiva frente a las distintas problemáticas que se presentan, llevando un mayor control de la operación del departamento de manera conjunta y no por áreas.

3.3. Bibliografía

- Bernal Torres, C. A., & Sierra Arango, H. D. (2013). *Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI*. Ciudad de México: Pearson Education .
- Cano, J. L. (2013). *Business Intelligence: Competi con información*. Madrir: Banesto.
- Cencosud. (2018). *Memoria Anual*. Santiago de Chile: Cencosud Chile.
- Cencosud. (02 de Octubre de 2019). *Cencosud: Nuestra empresa*. Obtenido de <https://www.cencosud.com/nuestra-empresa/>
- ELM Formación. (2017). *Excel Nivel Medio- Funciones*. Ciudad de México: ELM Formación.
- Microsoft. (01 de Diciembre de 2019). *CONTAR.SI.CONJUNTO (función CONTAR.SI.CONJUNTO)*. Obtenido de Office Support: <https://support.office.com/es-es/article/contar-si-conjunto-funci%C3%B3n-contar-si-conjunto-dda3dc6e-f74e-4aee-88bc-aa8c2a866842>
- Microsoft. (01 de Diciembre de 2019a). *SUMAR.SI.CONJUNTO (función SUMAR.SI.CONJUNTO)*. Obtenido de Office Support: <https://support.office.com/es-es/article/sumar-si-conjunto-funci%C3%B3n-sumar-si-conjunto-c9e748f5-7ea7-455d-9406-611cebce642b>
- Microsoft. (03 de Diciembre de 2019c). *CONCATENAR (función CONCATENAR)*. Obtenido de Office Support: <https://support.office.com/es-es/article/concatenar-funci%C3%B3n-concatenar-8f8ae884-2ca8-4f7a-b093-75d702bea31d>
- Microsoft. (3 de Diciembre de 2019d). *BUSCARV (función BUSCARV)*. Obtenido de Office Support: <https://support.office.com/es-es/article/buscarv-funci%C3%B3n-buscarv-0bbc8083-26fe-4963-8ab8-93a18ad188a1>
- Microsoft. (3 de Diciembre de 2019e). *SI (función SI)*. Obtenido de Office Support: <https://support.office.com/es-es/article/si-funci%C3%B3n-si-69aed7c9-4e8a-4755-a9bc-aa8bbff73be2>

Organización Internacional del Trabajo . (2016). *Mejore su Negocio: El Recurso Humano y la Productividad*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

Rocha Velandia, J., & Echavarría Suarez, S. (16 de Octubre de 2019). *Importancia de la TICs en el ambiente empresarial*. Obtenido de Universidad de La Salle: http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/28251/11062405_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Shapiro, J. (3 de October de 2019). *Herramientas de planificación estratégica*. Obtenido de CIVICUS: <https://www.civicus.org/view/media/Planificacion%20strategica.pdf>

Tecnología e informática CJI. (12 de Abril de 2013). *Formato Condicional en Excel*. Obtenido de Tecnología e informática CJI: <https://tecnologiaeinformaticacji.files.wordpress.com/2013/04/formato-condicional.pdf>

3.4. Anexos

- Anexo 1: Cuadro original de Vigencia al inicio de la práctica:

Al iniciar la práctica profesional, el cuadro de vigencia utilizado en el área comercial de Shopping Centers presentaba los siguientes inconvenientes:

- Las fórmulas creadas con la función de VBA (Visual Basic), no se ejecutaban correctamente, razón por la cual los valores de los contratos no se mostraban correctamente y de manera automática, como se muestra en el *Gráfico 4*. Esto debido a que el formato condicional de las celdas impedía hacer el conteo correcto según la macro elaborada.

C459 COSECHAS												
INFORME VIGENCIA 01 DE ABRIL 2019												
RESUMEN LOCALES Y PLAZOLETAS DE COMIDAS												
12/1/19												
Mes 2018												
#	Conti	VMM	Retro	Renovados	Renovados \$	No Re	No Renovados \$	CONTRATOS RECIBIDOS				
4	AL 31 DE ENERO DE 2018	5	8,599,551	195,550,054	0	-	0					4
5	AL 28 DE FEBRERO DE 2018	9	27,202,911	667,987,126	1	1,200,000	0	4,017,655				5
6	AL 31 DE MARZO DE 2018	14	27,979,024	953,466,951	0	-	0	1,252,335				6
7	AL 30 DE ABRIL DE 2018	10	16,974,585	333,577,847	0	-	0	-				7
8	AL 31 DE MAYO DE 2018	16	23,855,130	417,633,028	0	-	0	980,780				8
9	AL 30 DE JUNIO DE 2018	44	89,130,482	1,547,811,883	0	-	0	-				9
10	AL 31 DE JULIO DE 2018	28	60,078,572	983,987,799	0	-	1	3,250,000				
11	AL 30 DE AGOSTO DE 2018	33	48,892,542	741,758,850	0	-	0	-				
12	AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2018	30	59,203,306	846,069,369	0	-	0	-				
13	AL 31 DE OCTUBRE DE 2018	30	65,856,240	870,777,988	0	-	0	-				
14	AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2018	9	55,815,650	693,536,963	0	-	0	-				
15	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018	34	91,880,586	1,029,941,254	0	-	0	-				
16												
17		262		8461,747,292	1	1						
Mes 2019												
#	Conti	VMM	Retro	Renovados	Renovados \$	No Re	No Renovados \$	CONTRATOS RECIBIDOS				
19	AL 31 DE ENERO DE 2019	9	9,245,718	92,951,609	0	-	0	-				
20	AL 28 DE FEBRERO DE 2019	17	37,718,176	348,765,819	0	-	0	-				
21	AL 31 DE MARZO DE 2019	19	48,407,628	416,021,496	0	-	0	-				
22	AL 30 DE ABRIL DE 2019	17	36,342,071	286,454,327	0	-	0	-				
23	AL 31 DE MAYO DE 2019	11	23,524,476	136,948,093	0	-	0	-				
24	AL 30 DE JUNIO DE 2019	13	29,933,493	165,487,234	0	-	0	-				
25	AL 31 DE JULIO DE 2019	23	60,579,145	255,260,718	0	-	0	-				
26	AL 31 DE AGOSTO DE 2019	22	62,189,958	191,767,600	0	-	0	-				
27	AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2019	17	36,295,822	76,758,797	0	-	0	-				
28	AL 31 DE OCTUBRE DE 2019	24	50,081,497	60,986,270	0	-	0	-				
29	AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2019	7	15,782,248	14,980,847	0	-	0	-				
30	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019	7	20,917,659	17,567,199	0	-	0	-				
31		184	418,057,815	2,028,247,208	0	0						
NUEVOS VINCULOS ENERO 2019												
TIENDA	LOCAL	NOMBRE COMERCIAL	VENCIMIENT	VMM	VMM (RETROACTIVO)	EJECU TIV	APROBACION COMERCIAL	APROB FACTURACION/CARTER	APROB LEGAL	APROB/ FIN	OBSERVACION	
			1/31/18									
34	METRO CRA 30	10290	SEW/ENTREGA - EFFECT	1/24/18	2,357,120	53,899,474	SC	OK	OK	OK	OK	Contrato Emitido 20 de abril, legar
35	METRO LIBERTADORES	M1001	CALIBRO ACCESORIOS LINCENTRO	1/31/18	1,430,817	31,807,481	IPDH	OK	OK	OK	OK	Contrato recibido el 17/
36	METRO SOGAMOSO	M1002	EFFECTY	1/31/18	530,000	11,819,000	SC	OK	OK	OK	OK	
37	METRO SAN FRANCISCO	M1003	QUE RICO VIAJON	1/31/18	1,093,293	24,380,436	IPDH	OK	OK	OK	OK	

Gráfico 4: Vista inicial cuadro de Vigencia- Resumen. Fuente: Shopping Centers Cencosud Colombia.

- La separación por meses de los contratos por medio de una franja azul divisoria, como se muestra en el Gráfico 5, dificultaba los filtros de la información requerida en los cierres comerciales, ya que se generaba una interrupción en los cruces de información.

C459	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
173	METRO SIMON BOLIVAR	M2037	Comercios y Servicios Area Vireo	7/21/18	300,000	4,880,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ 12/2
174	METRO SIMON BOLIVAR	M1033	COOPER KING	7/24/18	250,000	4,291,667	JP0H	OK	PENDIENTE	PENDIENTE	OK	RECIBIDO 28/12/2018, PENDIENTE AP. FINAL FINANZAS M DE LEG
175	METRO SANCAJENA	M2042	Edificios Comerciales	7/24/18	4,977,400	12,890,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
176	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
177	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
178	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
179	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
180	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
181	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
182	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
183	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
184	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
185	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
186	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
187	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
188	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
189	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
190	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
191	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
192	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
193	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
194	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
195	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
196	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
197	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
198	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
199	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
200	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
201	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
202	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
203	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
204	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
205	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
206	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
207	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
208	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
209	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
210	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
211	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
212	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
213	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
214	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
215	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
216	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
217	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
218	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
219	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28
220	METRO SAN SILVESTRE	10001	Industria Goods	7/24/18	543,750	3,845,000	JP0H	OK	OK	OK	OK	CONTRATO LLEGÓ EL 28

Gráfico 5: Vista inicial cuadro de Vigencia- Cuerpo. Fuente: Shopping Centers Cencosud Colombia.

- El formato condicional que aplica color a las celdas no aplicaba en todo el rango necesario, por lo que algunas de las celdas no se rellenaban con el color requerido.
- En la parte derecha del documento, se registraban las provisiones mensuales, por medio de un cuadro en el que mes a mes se agregaba la palabra “SI” y a partir de ello se hacía el conteo manual de la cantidad de meses que se provisionaba ese contrato, como se muestra en el Gráfico 6.

Q191	L	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
176											
177											
178						SI	SI	SI	OK		
179											
180											
181											
182											
183											
184											
185											
186											
187											
188											
189											
190											
191											
192											
193											
194											
195											
196											
197											
198											
199											
200											
201											
202											
203											
204											
205											
206											
207											
208											
209											
210											
211											
212											
213											
214											
215											
216											
217											
218											
219											
220											

Gráfico 6: Vista inicial cuadro de Vigencia- Provisión. Fuente: Shopping Centers Cencosud Colombia.

- Se manejaban dos hojas de Excel distintas, clasificando *Locales* y *Plazoletas* en una y *Stands* y *Cajeros* en otra.
- No se presentaba información como NIT de cada uno de los clientes o la unidad económica de cada una de las tiendas que se registra en el sistema, información que debía agregar manualmente en el cierre comercial.

Con base en estos inconvenientes, se planteó una re-estructuración de la herramienta agregando datos útiles para el flujo de información, que permitieran facilitar el trabajo de las personas que tienen acercamiento con ella.

▪ Anexo 2: Vista y funcionamiento de Vigencia

PARTE 1: Resumen de contratos vencidos, renovados y retirados con sus respectivos valores años 2018 y 2019.

Este cuadro cuenta con un resumen mes a mes del avance en las renovaciones, así como el valor mínimo mensual de cada uno de los contratos. La finalidad de este resumen es visualizar en términos generales el proceso de renovación de los contratos, así como los clientes que se han retirado.

INFORME DE VIGENCIA 20 DE NOVIEMBRE DE 2019				18/11/2019			
RESUMEN LOCALES, PLAZOLETAS DE COMIDAS, STANDS Y CAJEROS							
Mes 2018	#Contratos Vencidos	VMM Vencidos	VMM Retroactivo	Renovados (#)	Renovados (\$)	No Renovados (#)	No Renovados(\$)
AL 31 DE ENERO DE 2018	0	0	0	17	39.211.938	6	15.212.112
AL 28 DE FEBRERO DE 2018	0	0	0	15	36.985.116	4	5.471.405
AL 31 DE MARZO DE 2018	0	0	0	19	40.763.758	11	35.841.926
AL 30 DE ABRIL DE 2018	0	0	0	12	22.358.074	7	20.998.638
AL 31 DE MAYO DE 2018	0	0	0	21	36.480.409	10	18.198.770
AL 30 DE JUNIO DE 2018	0	0	0	51	102.060.797	7	13.402.219
AL 31 DE JULIO DE 2018	0	0	0	40	81.129.086	12	60.737.289
AL 30 DE AGOSTO DE 2018	0	0	0	31	48.217.553	11	17.704.427
AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2018	0	0	0	23	43.208.520	15	158.063.273
AL 31 DE OCTUBRE DE 2018	0	0	0	30	73.647.781	10	31.528.710
AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2018	0	0	0	15	47.527.655	11	32.144.254
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018	1	2.785.506	29.897.764	43	93.745.040	13	52.904.324
TOTAL CONTRATOS VENCIDOS	1	2.785.506	29.897.764	317	645.355.746	117	442.007.047
Mes 2019	#Contratos Vencidos	VMM Vencidos	VMM Retroactivo	Renovados (#)	Renovados (\$)	No Renovados (#)	No Renovados(\$)
AL 31 DE ENERO DE 2019	2	3.175.585	31.748.556	21	41.870.975	5	6.861.491
AL 28 DE FEBRERO DE 2019	2	2.302.805	20.187.924	21	46.908.113	6	32.760.194
AL 31 DE MARZO DE 2019	7	28.926.545	235.554.540	18	31.880.620	5	11.322.700
AL 30 DE ABRIL DE 2019	7	15.345.315	103.325.120	8	18.528.552	8	14.873.558
AL 31 DE MAYO DE 2019	6	13.424.199	79.493.314	8	10.320.182	3	8.546.360
AL 30 DE JUNIO DE 2019	8	24.086.180	124.792.849	19	27.841.728	4	3.255.777
AL 31 DE JULIO DE 2019	26	51.278.853	196.542.652	15	38.586.873	8	17.794.701
AL 30 DE AGOSTO DE 2019	17	40.513.024	133.714.078	5	12.427.238	7	11.191.419
AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2019	17	33.075.975	54.819.540	3	6.101.750	3	6.284.422
AL 31 DE OCTUBRE DE 2019	20	44.777.890	33.524.342	2	2.614.044	6	11.132.598
AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2019	4	6.794.810	1.154.445	0	0	0	0

Gráfico 7: Vista nuevo cuadro de Vigencia- Resumen. Fuente: Elaboración propia.

En esta parte de la herramienta se utilizan 2 funciones diferentes para realizar los cálculos, estas son:

- **CONTAR.SI.CONJUNTO:** Se trata de una función estadística que busca contar el número de celdas que cumplen un criterio (Microsoft, 2019), siendo en este caso, si el contrato está vencido, renovado o no renovado.

Para ello, se establece la función de la siguiente manera:

(CONTAR.SI.CONJUNTO (Rango de la columna “APROBACIÓN FINAL”; "Convención que aplique al espacio"; Fecha de vencimiento;"<="&\$E\$1(celda con formula Hoy()); Rango de la columna Fecha; "AÑO MES"))

De esta manera, por ejemplo, solo se contarán como vencidos los contratos que cumplan con el criterio “PENDIENTE” O “EN NEGOCIACION”, cuya fecha es menor a la fecha de consulta, y que además se encuentran en el rango del mes y año especificado.

- **SUMAR.SI.CONJUNTO:** Esta función suma los valores dentro de un intervalo, siempre y cuando cumplan con ciertas condiciones (Microsoft, 2019a), siendo en este caso, la suma del valor mínimo mensual del contrato dependiendo si el contrato está vencido, renovado o no renovado.

Para ello, se establece la función de la siguiente manera:

SUMAR.SI.CONJUNTO (Columna que se desea sumar (VMM); Rango de la columna “APROBACIÓN FINAL”; " Convención que aplique al espacio"; Fecha de vencimiento;"<="&\$E\$1(celda con formula Hoy()); Rango de la columna Fecha; "AÑO MES"))

De esta manera, por ejemplo, solo se contarán como renovados los contratos que cumplan con el criterio “OK”,cuya fecha es menor a la fecha de consulta, y que además se encuentran en el rango del mes y año especificado.

PARTE 2: Contratos retirados y renovados mes a mes.

Este cuadro cuenta con la información básica del local, es decir, fecha de vencimiento, en qué tienda está ubicado, código de unidad económica de SAP-FICO, número de local, NIT del cliente nombre comercial, fecha de vencimiento, valor mínimo mensual y ejecutivo comercial a cargo de la cuenta.

	B	C	D	E	F	G	H	I	J
459	2018 DICIEMBRE	J023	JUMBO DE LA 65	J6116	437279894	I MOBILE	31/12/2018	2.744.290	2
460	2018 DICIEMBRE	J023	JUMBO DE LA 65	J6137	432040421	CEVICHE A TU GUSTO	31/12/2018	1.565.625	1
461	2018 DICIEMBRE	M025	METRO BELLO	M6201	793568818	BTL HOTEL PALMA REAL	31/12/2018	1.088.500	1
462	2018 DICIEMBRE	M046	METRO ITAGUI	M6103	793568818	BTL HOTEL PALMA REAL	31/12/2018	1.088.500	1
463	2018 DICIEMBRE	J070	JUMBO SUBA	J6108	9011645329	E-Ticket	16/12/2018	250.000	1
464	2018 DICIEMBRE	M079	METRO SAN GAYTANO	M6103	894508791	DUNIA NUTS	31/12/2018	1.500.000	1
465	2018 DICIEMBRE	J108	JUMBO CANAVERAL	J6102	9011645329	E-Ticket	31/12/2018	250.000	1
466	2018 DICIEMBRE	J108	JUMBO CANAVERAL	J6201	9011645329	E-Ticket	31/12/2018	1.610.925	1
467	2018 DICIEMBRE	J193	JUMBO PLAZA CENTRAL	J6102	9011645329	E-Ticket	16/12/2018	250.000	1
468	2018 DICIEMBRE	M324	METRO EXP CL 93	M6101	9011645329	E-Ticket	31/12/2018	250.000	1
469	2019 ENERO	J023	JUMBO DE LA 65	J1052	438074240	CAJITA DE ILUSIONES	14/01/2019	1.300.000,00	1
470	2019 ENERO	J031	JUMBO CHIFICHAPE	J1006	8909162695	COLCHONES COMODISIMOS	31/01/2019	1.800.000,00	1
471	2019 ENERO	M034	METRO FLORIDABLANCA	M2014	833835552	MALU MASCOTAS & LUDICOS	31/01/2019	597.758,00	1
472	2019 ENERO	J043	JUMBO ALTOS PRADO	J2021	8909162695	COLCHONES COMODISIMOS	31/01/2019	1.800.000,00	1
473	2019 ENERO	M177	METRO SAN FRANCISCO	M1005	8020218908	CLAUDIA CHACON	31/01/2019	1.402.976,00	1
474	2019 ENERO	M177	METRO SAN FRANCISCO	M1025	11210401848	OPTICA BELLA VISTA	31/01/2019	583.495,00	1
475	2019 ENERO	J185	JUMBO YOPAL	J1013	8301473330	BIOMARKET PRODUCTOS NATURALES	31/01/2019	735.630,00	1
476	2019 ENERO	M806	METRO PRADO	M1025	9001692355	NATURES STORE	31/01/2019	275.861,00	1
477	2019 ENERO	J011	JUMBO EL 80	J6102	8604025268	LA RUEDA	31/01/2019	1.261.080	1
478	2019 ENERO	J013	JUMBO VALLE DE LIJ	J6106	9003054563	GE MARKETING - DECAMERON	23/01/2019	3.800.000	3
479	2019 ENERO	J014	JUMBO CL 170	J6104	8604025268	LA RUEDA	31/01/2019	1.261.080	1
480	2019 ENERO	J014	JUMBO CL 170	J6108	8300673946	MERCADO LIBRE - TU CARRO.COM	31/01/2019	1.698.766	1
481	2019 ENERO	J014	JUMBO CL 170	J6122	524200792	INNOVA TECNOLOGIA Y ACCESORIOS	31/01/2019	1.667.000	1
482	2019 ENERO	J015	JUMBO HAYUELOS	J6118	9004131425	LATINOAMERICAN TRAVEL	31/01/2019	1.800.000	1
483	2019 ENERO	J015	JUMBO HAYUELOS	J6120	8604025268	LA RUEDA	31/01/2019	1.261.080	1
484	2019 ENERO	J015	JUMBO HAYUELOS	J6201	797384030	INNOVA CAMAFESA	31/01/2019	1.667.000	1
485	2019 ENERO	J015	JUMBO HAYUELOS	J6207	523846892	FACE & BODY EXPERTS	31/01/2019	1.500.000	1
486	2019 ENERO	J016	JUMBO CARRERA 30	J6104	8604025268	LA RUEDA	31/01/2019	1.050.900	1

Gráfico 8: Vista nuevo cuadro de Vigencia- Cuerpo. Fuente: Elaboración propia.

Para contar con la información necesaria en esta parte, se usan las hojas de apoyo “NIT CLIENTES” y “UNIDADES ECONÓMICAS”, para ello se utilizan dos funciones, las cuales son:

- Concatenar: Busca unir cadenas de texto en una sola celda (Microsoft, 2019c), esto con el fn de ejecutar la siguiente función de manera correcta.
- BuscarV: Se trata de una función que muestra el texto o información correspondiente que se encuentra en una tabla o rango (Microsoft, 2019d)

Para ello se establece la función de la siguiente manera:

BUSCARV(D34;'UNIDADES ECONÓMICAS'!\$A\$2:\$B\$85;2;FALSO)

BUSCARV(A34;'NIT CLIENTES'!\$A\$2:\$D\$1497;3;FALSO)

Así mismo, con el fin de calcular el valor retroactivo, se realiza un cálculo que se extiende a lo largo de toda la columna, donde se divide el valor de canon mensual entre 30 días, y luego se multiplica por el número de días transcurridos entre la fecha de vencimiento y la actual.

PARTE 3: Contratos retirados, renovados, vencidos y próximos a vencer mes a mes.

En esta parte se lleva el seguimiento del proceso de renovación del contrato, teniendo en cuenta 4 aprobaciones: comercial, finanzas, legales, y final, según las siguientes convenciones:

- **OK:** Quiere decir que el contrato ya cuenta con esa aprobación.
- **Pendiente:** Significa que aún falta por definir ese punto del proceso.
- **En Negociación:** Indica cuando se está negociando la renovación con el cliente.
- **Retirado:** Quiere decir que el cliente ha tomado la decisión de entregar el local.

	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
459	I MOBILE	31/12/2018	2.744.290	29.455.379.33	DM	OK	OK	OK	OK	
460	CEVICHE A TU GUSTO	31/12/2018	1.565.625	16.804.375.00	JPOH	OK	OK	OK	OK	El contrato llegó el 31-07-19
461	BTL HOTEL PALMA REAL	31/12/2018	1.086.500	11.683.233.33	VJ	OK	OK	OK	OK	
462	BTL HOTEL PALMA REAL	31/12/2018	1.086.500	11.683.233.33	VJ	OK	OK	OK	OK	
463	E-Ticket	16/12/2018	250.000	2.808.333.33	JPOH	OK	OK	OK	OK	
464	DUNKIN DONUTS	31/12/2018	1.500.000	16.100.000.00	JPOH	OK	OK	OK	OK	RETRADO
465	E-Ticket	31/12/2018	250.000	2.883.333.33	JPOH	OK	OK	OK	OK	
466	E-Ticket	31/12/2018	1.410.525	17.284.301.67	DM	OK	OK	OK	OK	
467	E-Ticket	16/12/2018	250.000	2.808.333.33	JPOH	OK	OK	OK	OK	
468	E-Ticket	31/12/2018	250.000	2.883.333.33	JPOH	OK	OK	OK	OK	
469	CAJITA DE ILUSIONES	14/01/2019	1.300.000.00	13.346.666.67	JPOH	OK	OK	OK	OK	
470	COLCHONES COMODISIMOS	31/01/2019	1.800.000.00	17.460.000.00	JPOH	OK	OK	OK	OK	
471	MAILLAS MASCOTAS & LUDICOS	31/01/2019	597.754.00	5.798.233.20	DM	OK	OK	OK	OK	
472	COLCHONES COMODISIMOS	31/01/2019	1.800.000.00	17.460.000.00	JPOH	RETRADO	RETRADO	RETRADO	RETRADO	Se recibe contrato el 18.03.19
473	CLAUDIA CHACON	31/01/2019	1.402.976.00	13.608.867.20	SC	OK	OK	OK	PENDIENTE	Prórroga enviada a la marca el 31.07.19
474	OPTICA BELLA VISTA	31/01/2019	583.495.00	5.659.901.50	SC	OK	OK	OK	OK	Prórroga llegó 01.02.2019 - 31.07.19
475	BIOMARKET PRODUCTOS NATURALES	31/01/2019	735.630.00	7.135.611.00	DM	RETRADO	RETRADO	RETRADO	RETRADO	
476	NATURES STORE	31/01/2019	275.861.00	2.675.851.70	DM	RETRADO	RETRADO	RETRADO	RETRADO	
477	LA RUEDA	31/01/2019	1.261.080	12.232.476.00	VJ	OK	OK	OK	OK	
478	GE MARKETING - DECAMERON	23/01/2019	3.800.000	37.873.333.33	VJ	N NEGOCIACION	NEGOCIACION	NEGOCIACION	RETRADO	
479	LA RUEDA	31/01/2019	1.261.080	12.232.476.00	VJ	OK	OK	OK	OK	
480	MERCADO LIBRE - TU CARRO.COM	31/01/2019	1.498.766	16.478.030.20	JPOH	OK	OK	OK	OK	Falta realizar el otros
481	INNOVA TECNOLOGIA Y ACCESORIOS	31/01/2019	1.667.000	16.169.900.00	DM	OK	OK	OK	OK	Se recibe prorroga 04.03.2019 en aprac
482	LATINOAMERICAN TRAVEL	31/01/2019	1.800.000	17.460.000.00	VJ	OK	OK	OK	OK	
483	LA RUEDA	31/01/2019	1.261.080	12.232.476.00	VJ	OK	OK	OK	OK	
484	INNOVA CAMARFESA	31/01/2019	1.667.000	16.169.900.00	DM	OK	OK	OK	OK	Se envía contrato 20.02.2019
485	FACE & BODY EXPERTS	31/01/2019	1.600.000	14.550.000.00	SC	OK	OK	OK	OK	
486	LA RUEDA	31/01/2019	1.050.900	10.193.730.00	VJ	OK	OK	OK	OK	

Gráfico 9: Vista nuevo cuadro de Vigencia- Aprobaciones. Fuente: Elaboración propia.

Con base en esto, la columna de “APROBACIÓN FINAL” cuenta con un formato condicional, donde se establece la regla de rellenar la celdas pertenecientes a esa fila de un determinado color de la siguiente manera:

- **OK:** Verde.
- **Pendiente:** Naranja.
- **En Negociación:** Amarillo.
- **Retirado:** Rojo.

Esto con el fin de identificar visualmente y de manera más fácil el estado del proceso de cada uno de los contratos.

PARTE 4: Provisión.

En este cuadro se encuentra si el contrato debe o no ser provisionado, así como los meses de provisión que se deben realizar, para lo cual se usa la función Si, que es útil para “realizar comparaciones lógicas entre un valor y un resultado que se espera” (Microsoft, 2019e), de la siguiente manera:

- **Columna provisión:** SI(Valor en la columna “APROBACIÓN FINAL” =Convención “PENDIENTE”; "SI";SI(Valor en la columna “APROBACIÓN FINAL” =Convención”EN NEGOCIACION”;"SI";" "))

Columna mes provisión: SI(Valor en la columna “PROVISIÓN”=”SI”; (REDONDEAR.MAS(SI(Valor en la columna “PROVISIÓN”= “SI”; VMM Retroactivo/VMM;" ");1)); " ")

De esta forma se obtiene de manera automática el resultado del número de meses que se debe provisionar cada uno de los contratos.

	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	X	Y	Z	AA
562	NEGOCIACIÓN	NEGOCIACIÓN	RETIRADO											
563	NEGOCIACIÓN	NEGOCIACIÓN	RETIRADO											
564	OK	OK	OK	El cliente ya envió el contrato										
565	NEGOCIACIÓN	NEGOCIACIÓN	PENDIENTE	El contrato se envió el 18.10.19	SI	7								
566	NEGOCIACIÓN	NEGOCIACIÓN	RETIRADO											
567	OK	OK	EN NEGOCIACION	El contrato se envió el 21-05-19 - el cliente no va a devolver el contrato hasta que le arreglen los daños del local. Cesión de contrato	SI	7								
568	NEGOCIACIÓN	NEGOCIACIÓN	RETIRADO											
569	PENDIENTE	PENDIENTE	PENDIENTE	Falta revisar la oferta	SI	7								
570	NEGOCIACIÓN	NEGOCIACIÓN	PENDIENTE	El contrato se envió el 18.10.19	SI	7								
571	PENDIENTE	PENDIENTE	PENDIENTE	En conciliación de cartera por Freday	SI	7								
572	NEGOCIACIÓN	NEGOCIACIÓN	RETIRADO	Falte registre documento de prórroga										
573	NEGOCIACIÓN	NEGOCIACIÓN	RETIRADO	REVISAR LUZ										
574	NEGOCIACIÓN	NEGOCIACIÓN	RETIRADO											
575	OK	OK	OK	El contrato se envió el 27-08-19										
576	OK	OK	OK	El contrato se envió el 27-08-19										
577	OK	OK	OK											
578	OK	OK	PENDIENTE	Se envió contrato el 05.09.2019.	SI	7								
579	NEGOCIACIÓN	NEGOCIACIÓN	RETIRADO											
580	PENDIENTE	PENDIENTE	PENDIENTE	El contrato legó el 14.11.19 pero falta una copia	SI	6								
581	NEGOCIACIÓN	NEGOCIACIÓN	RETIRADO											
582	OK	OK	OK											
583	OK	OK	RETIRADO	REVISAR JESSICA (NO SE VA A RENOVAR EN ESTA UBICACIÓN)										
584	OK	OK	PENDIENTE	Contrato enviado el 18.10.19	SI	6								
585	OK	OK	OK	Contrato ya se facturó										
586	OK	OK	OK											

Gráfico 10: Vista nuevo cuadro de Vigencia- Provisión. Fuente: Elaboración propia.

▪ Anexo 3: Estrategias con base en Matriz DOFA

	Oportunidades: Auge de formatos de negocios complementarios a la oferta de Cencosud	Amenazas: Variedad y tráfico de centros comerciales posicionados
Fortalezas: <i>Multinacional con conocimiento en el sector inmobiliario</i>	Estrategia FO: Generar un programa comercial para atraer clientes nuevos que cuenten con negocios complementarios a la oferta de Cencosud, con el fin de posicionar la línea de negocio, por medio de alianzas comerciales enfocadas hacia la fidelización de los concesionarios.	Estrategias FA: Incluir dentro del plan de expansión del área de Shopping Centers marcas internacionales con las que se trabaja en otros países, así como traer el formato de tiendas por departamento a Colombia, generando anclas de centros comerciales.
Debilidades: <i>Los tiempos de respuesta a los clientes son largos debido a los procesos y el flujo de información respecto a los mismos</i>	Estrategias DO: Generar una herramienta de uso interno con la información necesaria sobre clientes nuevos y oportunidades de crecimiento, en la cual se pueda conocer el estado de nuevos proyectos.	Estrategias DA: Generar un mejor uso de la información ya existente mediante una herramienta actualizada con la que se pueda llevar un seguimiento a los clientes de manera efectiva, esto con el fin de tener una mayor competitividad al retener y estar al tanto de la información correspondiente a cada uno de los concesionarios que tienen contrato actualmente con Cencosud en Colombia.

Gráfico 10: Estrategias DOFA. Fuente: Elaboración propia con base en (Bernal Torres & Sierra Arango, 2013)

▪ Anexo 4: Resultados

- La herramienta implementada permitió una visualización más rápida de la gestión comercial de las renovaciones en términos numéricos y monetarios, sobre todo teniendo en cuenta los retrasos presentados en el proceso interno debido a la migración de sistema en el mes de septiembre.
- Al realizar la presentación de gestión del año 2019 a la gerencia de Shopping Centers en Chile, la herramienta facilitó la depuración de la información y la presentación de los consolidados 2018 vs. 2019.
- Disminución en un 60% los tiempos empleados por parte del área comercial en la revisión y cruce de información con facturación y el área de control gestión.
- Establecimiento de la herramienta como punto de referencia para la realización de los informes consolidados del año 2020.

Chaves Sierra, Laura Viviana

De: Ortiz Herrera, Juan Pablo
Enviado el: jueves, 16 de enero de 2020 3:23 p. m.
Para: Orobio Villamizar, Nathali Marcela
CC: Chaves Sierra, Laura Viviana
Asunto: RE: Vencidos y Legales Diciembre
Datos adjuntos: Copia de Copia de Copia de VIGENCIA 19 DE DICIEMBRE (3).xlsx

Importancia: Alta

Hola Natha,

Este es el final de vencido de Diciembre.

Ya es el cuadro que trabajo Laura y que vamos a seguir trabajando para el 2020.

A tu regreso lo miramos para estar alineados.

Cordialmente,



Juan Pablo Ortiz Herrera

Ejecutivo Comercial
Shopping Centers
Cencosud Colombia
Avenida 9ª No. 125 - 30 Piso 8
Bogotá, D.C.
Teléfono: + 571 • 6579797 • Ext 62609
Celular: + 57 • 3176487677



4. SEGUIMIENTO PRÁCTICA PROFESIONAL

Durante el desarrollo la práctica profesional en el área de Shopping Centers de Cencosud Colombia se realizaron actividades como:

- Seguimiento de clientes, tanto nuevos como actuales, en procesos documentales: creación de cliente en el sistema (SAP), trámites con la aseguradora y firma de documentos tales como contratos, terminaciones y otros.
- Análisis del perfil comercial y desempeño de los clientes actuales, con el fin de enviar propuestas de renovación de contrato, basadas en aspectos como costo de ocupación (Canon mensual vs. Ventas mensuales), precios por metro cuadrado, proyectos futuros, entre otros.

- Negociación del valor del canon de arrendamiento y descuentos con los clientes que lo solicitan, buscando siempre una relación gana-gana que beneficie a todos los involucrados.
- Acompañamiento a los clientes durante el proceso comercial, teniendo contacto directo y comunicación constante con los mismos, y siendo en muchos casos el principal punto de comunicación entre el cliente y la empresa.
- Creación de Órdenes de Confección de Contrato en SAP, en las que se especifican todas las condiciones comerciales negociadas, y con base en las cuales se elabora el contrato y se genera la facturación respectiva.
- Generación de ofertas comerciales a nuevos clientes interesados en diferentes espacios en las tiendas Cencosud a nivel nacional.
- Distribución sobre planos de los espacios a comercializar dentro de proyectos futuros como Centros Comerciales y Remodelaciones.

4.1. Actividades realizadas durante la práctica

4.1.1. Cumplimiento de Objetivos

CICLO	FECHA	ACTIVIDADES	LOGROS	DIFICULTADES
1	24 de Julio al 20 de Septiembre	-Capacitación en SAP: Órdenes de confección y creación de interlocutor comercial. - Presentación a los clientes: Conocer los casos en curso de los clientes nuevos y actuales con procesos pendientes. - Envío de ofertas comerciales a clientes para renovación de contrato (Octubre a Diciembre 2019)	-Acercamiento con los clientes, llegando a entender las necesidades y procesos específicos para cada uno de los casos. - Manejo de SAP. - Compresión del modelo de negocio para concesión de locales comerciales.	- Falta de información con respecto a algunos de los casos de clientes actuales, tanto en temas comerciales como de sistema. - Adaptación al ambiente y ritmo de trabajo.

2	21 de Septiembre al 15 de Octubre	<ul style="list-style-type: none"> -Aprendizaje a profundidad sobre el día a día del proceso comercial gracias al acercamiento personal con algunos clientes y vistas a tienda. - Negociación de canon con clientes que solicitan descuentos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contacto con clientes con gran poder de negociación. - Resolver inquietudes de los clientes relacionadas con el valor del canon, logrando una relación gana-gana. - Solución práctica a dificultades relacionadas con la emisión de nuevos contratos, debido a la migración en el sistema. 	<ul style="list-style-type: none"> - Migración en el sistema SAP de SAP Real State a SAP- FICO, generando que varios de los procesos se tuvieran que realizar de forma manual.
3	16 de Octubre al 11 de Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> -Contacto con nuevos clientes y presentación de ofertas comerciales a los mismos. - Gestión comercial con clientes en proceso de retiro. 	<ul style="list-style-type: none"> - Solución comercial de inconvenientes presentados con clientes que no renovaron contrato. - Cierre de una negociación desde cero con un cliente nuevo, realizando toda la gestión comercial del mismo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Demora en respuesta por parte de las áreas de apoyo, lo cual retrasa el proceso comercial. - Inconvenientes en facturación debido a la migración de sistema, lo cual ocasiona molestia entre los clientes, quienes buscan una solución comercial.
4	12 de Noviembre al 23 de Enero	<ul style="list-style-type: none"> -Solución de casos pendientes en renovaciones del primer semestre del año 2019. - Gestión comercial de nuevos clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor independencia en la relación con los clientes, ya que se conocen todos los casos en proceso, permitiendo así dar respuesta oportuna. - Definición de la situación comercial de clientes con asuntos pendientes de 2019. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con tiempos ajustados en cierres de año debido a la migración en el sistema, por lo cual fue necesario resolver temas represados en un corto periodo de tiempo.